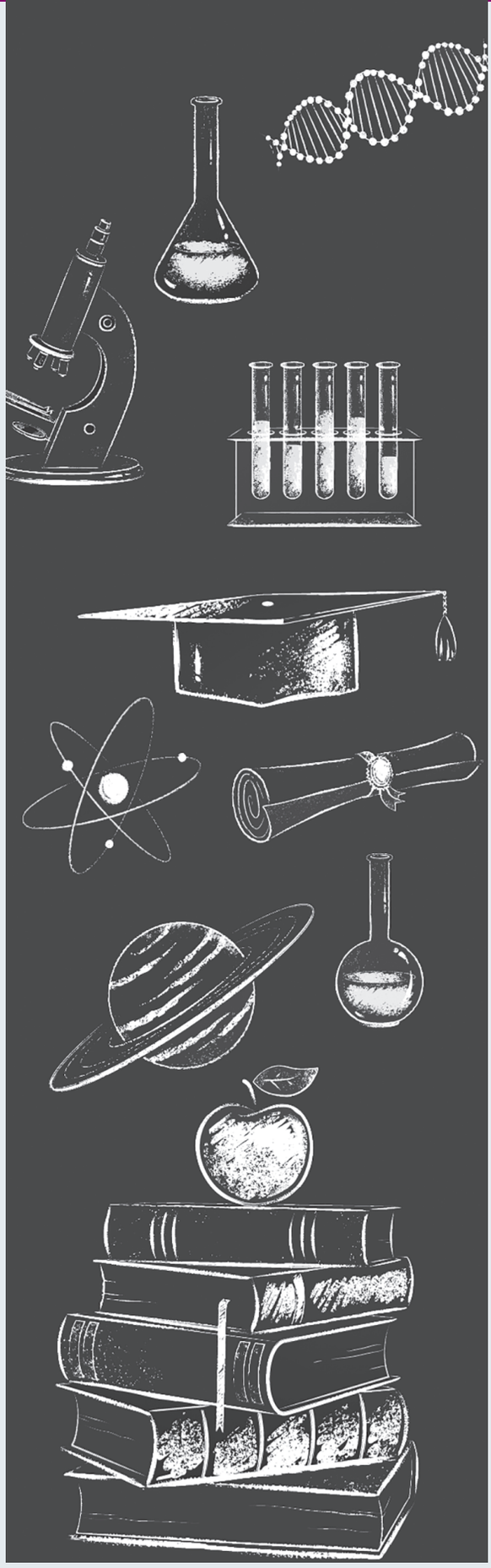


Bild: Sonya illustration / Adobe Stock

Dieser Artikel ist Teil einer **Serie zum Thema Wissenschaftskommunikation**. Sie umfasst Instrumente für kommunizierende Wissenschaftler:innen, Tipps, wie man ein (Nicht-)Fachpublikum erreicht und gut mit ihm umgeht, wie Diskussionen zu rahmen sind, um einen ehrlichen Austausch zu erreichen, und mehr.
gdch.app/category/serie-wehrhafte-wissenschaft

Wehrhafte Wissenschaft

Integrität und Glaubwürdigkeit

Eine Firma hat Informationen zu Gesundheitsrisiken, behält sie aber für sich. Kommen diese an die Öffentlichkeit, hat das Unternehmen drei Möglichkeiten, um integer und glaubwürdig zu bleiben: sich entschuldigen, Informationen offenlegen oder eine Kompensation anbieten.

Ende der 1990er Jahre machte die 3M-Chemikerin Kris Hansen eine Entdeckung, die anfänglich auf Unglauben stieß. Sie fand Perfluoroctansulfonsäure, kurz PFOS, eine von ihrem Arbeitgeber hergestellte Chemikalie aus der Gruppe der PFAS, im Blut von Menschen – diese arbeiteten weder beim Unternehmen 3M noch kamen sie wissentlich mit den Stoffen in Kontakt. Was Hansen zu diesem Zeitpunkt nicht wusste: 3M war bereits seit den 1970er Jahren bekannt, dass PFOS im menschlichen Blut vorkommt, sich in Organismen anreichert und in der Umwelt kaum abgebaut wird. Tierversuche hatten zudem Hinweise auf toxische Wirkungen geliefert.[1)] Heute gehören diese zu den größten Altlasten der chemischen Industrie.

Der Fall wirft eine Frage auf, die weit über diesen Einzelfall hinausgeht: Wann wird ein Unternehmen als glaubwürdig und integer wahrgenommen?

Die Rolle von Firmen

Wie könnte eine Firma im Fall von Vorwürfen vorgehen? Wir betrachten in diesem Artikel drei Handlungsoptionen: sich zu entschuldigen, Informationen offenzulegen oder freiwillig eine Kompensation anzubieten.

Option 1: Entschuldigung[2)]

Anstatt sich zu entschuldigen oder auch nur das Leid der Betroffenen anzuerkennen, geben Firmen in der Regel nur vorsichtige und allgemeine Stellungnahmen ab. Diese sollen vor Gericht keine Angriffsfläche bieten, da sie sich als Schuldeingeständnis auffassen lassen. Begreift man den Gerichtssaal als Ultima Ratio eines taktischen Spiels, ist diese Vorgehensweise verständlich.

Die Gegenseite besteht häufig aus Bürger:innen, deren Alltagsleben oder Gesundheit beeinträchtigt wurden. Ihnen geht es im Wesentlichen um die Lösung eines praktischen Problems: Ist mein Trinkwasser sicher, wird mein Kind krank in dieser Umgebung, oder kann ich dieses Produkt noch sicher verwenden? Was für sie aber immer mit-

schwingt und oft sogar dominiert: Interessiert die Gegenseite überhaupt, was mit ihnen geschehen ist? Werden diese Bürger mit Allgemeinplätzen abgespeist, bekommen sie das Gefühl, dass sich die Firma aus der Situation lavieren will. Die Fronten verhärten sich. Dieses Phänomen wird als Entschuldigungsparadoxon bezeichnet: Obwohl eine aufrichtige Entschuldigung deeskalierend wirken und Integrität signalisieren kann, wird sie aus taktischen juristischen Gründen vermieden.

Option 2: Transparenz[2)]

Genau wie die Entschuldigung wirkt sich das Offenlegen von Informationen positiv darauf aus, wie die Öffentlichkeit die Integrität von Unternehmen wahrnimmt. Niemand erwartet, dass Firmen Geheimnisse offenlegen, die der Konkurrenz einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Allerdings hat die Öffentlichkeit die begründete Erwartung, dass relevante Informationen mit Betroffenen geteilt werden. Geschieht das nicht, beginnen Bürger:innen, der betreffenden Firma zu misstrauen.

Das ist eine verpasste Chance. Kommuniziert die Firma allzu aalglatt, wird sie nicht als Informationsquelle wahrgenommen. Werden auch Schwächen eingestanden, bekommen Berichte über Stärken mehr Gehör.

Option 3: Kompensation[2)]

Die letzte Option ist die Kompensation: Überraschenderweise hilft eine solche nicht dabei, dass die Öffentlichkeit die Integrität der betreffenden Firma als stärker denn zuvor wahrnimmt. Firmen können sich also Integrität nicht einfach erkaufen. Sie werden nur dann als integer wahrgenommen, wenn sie ehrlich und transparent handeln.

Hochschulen in Zusammenarbeit mit Firmen

Dem Grundgesetz zufolge sind Kunst und Wissenschaft, Forschung und Lehre frei. Voraussetzung dafür, dass dieser Grundsatz getragen wird, ist die gesellschaftliche Wahrnehmung von Wissenschaftler:innen. Es wird erwartet, dass ihnen wissenschaftliche Erkenntnis mehr wert ist als persönlicher Vorteil.

Ist die wahrgenommene Integrität von Akademiker:innen in Gefahr, wenn sie mit der Industrie kooperieren? Dabei sind zwei grundsätzliche Fälle zu unterscheiden: Zielt die Zusammenarbeit auf die Entwicklung eines neuen Produkts ab oder auf ein Werturteil?

Bei einer Produktentwicklung muss eine Balance zwischen Publizieren und Patentieren gefunden werden. Die Hauptaufgabe von Akademiker:innen besteht darin, das Wissen der Menschheit zu erweitern und diesen Erkenntnisgewinn durch Publikationen möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen. Firmen müssen sich von Konkurrenten absetzen, wobei ihnen Geheimhaltung und Patente helfen. Zwischen Publizieren und Patentieren abzuwägen ist nicht trivial, aber in vielen Projekten machbar, wenn die Beteiligten offen diskutieren.

Zielt die Zusammenarbeit auf ein Werturteil ab, sollten die Alarmglocken läuten. Wer zahlt, schafft an. Ist es realistisch zu erwarten, dass Akademiker:innen beispielsweise die Sicherheit eines Produkts bemängeln, wenn sie vom Auftraggeber wirtschaftlich abhängig

